

최악 위기 정유업계, '고부가가치 화학'으로 생존 모색

정유사 1분기 영업손실 4.4조 달해 정제마진 악화, 코로나 전부터 침체 비정유 강화 등 포트폴리오 다각화



SK이노베이션의 감압잔사유 탈황설비(VRDS).

/SK이노베이션

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)으로 인해 경영난을 겪고 있는 정유업계가 사업 다각화에 속도를 내고 있다.

4일 업계에 따르면 국내 정유업계는 지난 1분기 코로나19의 직격탄을 맞으면서 대규모 적자를 기록했다. 코로나19의 팬데믹(세계적 대유행)으로 인해 국내는 물론, 국가 간 이동이 제한되면서 휘발유 등 정유 시장의 수요가 대폭 줄었기 때문이다. 올 1분기 주요 정유사 4곳의 영업손실은 총 4조4000억원에 달한다. 정유사별로는 ▲에스오일 -1조73억원 ▲SK이노베이션 -1조7752억원 ▲GS칼텍스 -1조318억원 ▲현대오일뱅크 -5632억원 등이다. 현대오일뱅크를 제외하고 전 정유사가 1조원 넘는 적자를 기록했다.

그러나 이 같은 적자전환의 배경으로는 코로나 발 수요 감소뿐 아니라 최근 지속돼 왔던 공급과잉의 문제도 있었다는 분석이다. 코로나19 사태가 본격화

된 올해 이전부터 글로벌 시장에서 이미 수요 대비 공급이 많아, 정유사의 상황이 녹록지 않았다는 의미다.

실제 정유사의 수익성을 나타내는 대표적 지표인 정제마진은 지난해 말부터 하향세를 보이기 시작했다. 싱가포르 복합 정제마진은 지난해 9월 셋째 주 배럴당 10.1달러로 최고점을 기록한 이후, 11월 셋째 주부터 마지막 주까지 0달러대를 벗어나지 못했다. 현재 정유사의 경영난은 코로나19 이전 공급과잉에서부터 시작됐다는 것이다.

정유업계 한 관계자는 "코로나 발 수

요 감소 말고도, 이전부터 정제마진이 계속 안 좋았다. 공급과잉으로 정제마진이 불안한 상황이다"라며 "전 세계적으로 공급은 계속 유지가 되는 반면, 세계 경제의 탄력은 많이 줄어 수요는 늘지 않고 있다"고 말했다.

국내 정유사들은 이 같은 경영난 극복을 위해 고부가가치의 석유화학업으로 포트폴리오를 다각화하는 데 박차를 가하고 있다. 더 이상 정제업만으로는 시장에서 경쟁력을 확보할 수 없다고 판단한 것으로 풀이된다.

SK이노베이션은 이미 VRDS(감압

잔사유 탈황설비) 생산공장을 건설하고, 지난 4월부터 본격적인 양산에 들어갔다. VRDS는 감압증류공정의 감압 잔사유를 원료로 수소첨가탈황 반응을 일으켜 경질유 및 저유황유를 생산하는 설비를 말한다.

SK이노베이션은 또 '포스트 반도체'로 일컬어지는 전기차 배터리 등 2차 전지 부문에서도 지속적인 투자를 통해 글로벌 시장에서 전기차용 배터리 사용량(4.5%) 7위를 기록하기도 했다.

에스오일도 총 5조원을 투자한 복합 석유화학 시설(RUC&ODC) 프로젝트에 이어 2단계 프로젝트(SC&D)를 내년 초 또는 하반기에 진행할 예정이다. 에스오일은 현재 폴리프로필렌과 산화프로필렌을 각각 연간 40만5000톤, 30만톤 생산하는 복합 석유화학 시설을 가동 중이다.

뿐만 아니라 지난해 사우디아라비아와의 업무협약(MOU)에 따라 오는 2024년까지 총 7조원을 투자해 연간 150만톤 규모의 에틸렌 및 석유화학 원재료를 생산하는 스팀크래커와 고부가가치 제품을 생산하는 올레핀 다운스트림 시설을 생산할 예정이다.

GS칼텍스는 총 2조7000억원을 투자

해 에틸렌 70만톤과 폴리에틸렌 50만톤을 생산할 수 있는 복합분해설비(MFC) 생산 시설을 건설 중이다. 해당 시설은 내년 상업 가동을 목표로 하고 있다. 현대오일뱅크는 계열사인 현대케미칼에서 내년 가동을 목표로 복합 석유화학 공장(HPC) 프로젝트를 진행 중에 있다. 이는 연간 기준 폴리에틸렌 75만톤, 폴리프로필렌 40만톤을 생산해 낼 예정이다.

삼성증권의 조현렬 연구원은 "정유제품과 화학제품의 연간 수요 성장률이 정유는 1%대고, 화학은 4%대다. 그리고 정유는 2015년 폭스바겐 디젤 게이트 이후 내연기관에서 전기차로의 전환이 빨라지면서 궁극적으로는 자동차용 연료 수요가 '피크 아웃'(상승세의 정점 이후 하강세) 할 수 있다는 위기감이 팽배해 있다"며 "통상 투자비를 지출하면 수 조원 대기 때문에 적어도 30~40년 사용 기간을 감안해서 투자해야 하는데, 그런 관점에서 향후 15~20년 내에 피크 아웃 할 수 있는 정유제품에 투자하는 것보다는 화학제품에 대한 투자가 훨씬 더 합리적이기 때문에 그렇게 바뀌고 있다"고 설명했다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr

펫 냄새·털 안녕!... '펫 공기청정기' 출시

청호나이스
전용 필터 등 5단계 시스템 적용

청호나이스는 반려동물을 키우는 가정에 최적화된 '청호 펫 공기청정기'를 출시했다고 4일 밝혔다.

청호 펫 공기청정기는 ▲펫 전용필터 ▲프리필터 ▲탈취강화필터 ▲초미세먼지 집진필터 ▲탈취필터로 구성된 5단계 필터링 시스템으로 반려동물의 냄새부터 털까지 한번에 제거한다. '펫 전용필터'는 공기중에 떠다니는 털과 먼지 제거에 특화된 필터로 매달 새 필터로 교체 가능해 별도의 세척 없이 항상 깨끗하게 사용할 수 있다.

또한 반려동물의 배변 냄새와 침 냄새 등 악취 요인을 '탈취강화필터'와 '탈취필터'로 두번 걸러 우수한 탈취 성능을 갖춘 것이 특징이다. 특히 '탈취강화필터'는 이소발레르산, 인돌 등 불쾌



'청호 펫 공기청정기'와 모델 임영웅.

한 냄새의 주 성분까지 제거 가능해 청정한 실내공기를 유지하는데 도움을 준다.

펫모드 작동 시 처음 20분간 '강 단계'의 풍량으로 작동 후 1시간 40분 동안은 오염도에 따라 풍량이 자동 조절된다. 2시간 주기로 강 풍량이 작동되는 시스템으로 공기중에 날리는 털과 냄새를 효과적으로 제거해 깨끗한 실내공기를 유지할 수 있다. 또한 오염도 표시 LED라이트는 광생물학적 안정성 시험을 통과, 반려동물과 반려인 모두의 안구에 유해하지 않다. 펫모드 버튼을 3초간 누르면 모든 동작 버튼이 잠금 설정돼 반려동물이 있는 가정에서도 제품 오작동을 방지하고 안전하게 사용할 수 있다.

권장사용면적은 35㎡(약 10.5평)이며 가격은 2개월 주기 방문 서비스 기준 월 2만9900원(이무사용 및 소유권이전 기간 60개월 약정할인 기준), 일시불은 115만원이다.

/김승호 기자 bada@



유진기업의 직원들이 중소 협력사에서 철근 제품의 품질을 검수하고 있다.

/유진기업

유진기업 전자재유통 순항... 中 上생 효과

협력업체 85%가 중소기업
작년 전자재유통 매출 29% ↑

유진그룹의 모회사인 유진기업이 전자재유통사업에서 '상생 경영'을 무기로 코로나19 여파에서도 순항하고 있다.

4일 유진기업에 따르면 회사는 지난해 하반기 중소기업체들과 협력해 전자재 상품을 개발해오고 있다. 이를 통해 지금까지 목창호, 강마루, 빌트인가구 등의 공동기획 제품을 출시한데 이어 협력 개발 품목을 꾸준히 늘려나갈 계획이다. 우수한 중소 협력사 제품을 유진기업의 브랜드로 보증하는 유통 전략이다.

유진기업은 전자재 유통사업을 통해 중소기업의 판로확대를 돕는 동반성장에 집중하고 있다. 현재 유진기업에 전자재를 납품하는 협력업체 265개 중 85%에 이르는 225곳이 중소기업이다. 경쟁력 있는 제품을 생산하고도 건설사에 납품할 기회를 찾지 못하는 중소기업에 유진기업의 전자재 유통사업이 판로를 제공하고 있는 것이다.

최종 납품처인 건설사에도 편익이 있다. 레미콘 사업으로 검증된 유진기업의 브랜드 신뢰도를 근거로 다양한 라

인업의 전자재를 일괄 공급받을 수 있어 구매비용을 절감할 수 있기 때문이다. 유진기업이 중소 제조업체와 건설사간 동반성장의 가교역할을 하고 있는 셈이다.

이런 노력에 힘입어 유진기업은 지난해 전자재 유통부문에서 2540억원의 매출을 올렸다. 이는 전년도 대비 28.7% 늘어난 수치다. 게다가 유진기업 전체 매출에서 전자재 유통이 차지하는 비중도 처음으로 30%대를 넘어선 31.5%를 기록했다.

다만 올해 들어 1·4분기 실적은 전년 동기대비 4.8% 줄어든 550억원을 기록했지만 이는 코로나19가 초래한 전방위적인 시장 충격을 감안하면 선방했다는 게 자체 평가다.

취급 품목도 다종다양해졌다. 2013년 철근 단일품목으로 사업을 시작한 유진기업의 전자재 유통사업은 현재 단열재, 형강, 석고보드 등 31개 품목을 중심으로 약 2800여종에 이르는 자재들을 건설현장에 공급하고 있다. 기존의 주력사업인 레미콘과 더불어 '전자재도 털 솔루션'을 제공하는데 이른다.

/김승호 기자

바로고, '매드포갈릭' 딜리버리 서비스

딜리버리 전용 신메뉴 7종 대상

근거리 물류 IT 플랫폼을 운영하는 스타트업 바로고는 4일 매드포갈릭과 배달 대행 계약을 체결하고 딜리버리 서비스를 제공 중이라고 밝혔다.

현재 바로고는 매드포갈릭 서울, 인천, 전라도 지점에 딜리버리 서비스를 제공하고 있다. 추후 바로고만의 물류 인프라를 활용해 배달 가능 지역을 전국으로 확대할 예정이다.

매드포갈릭 배달 주문은 배달의민

족, 요기요 등 배달 중개 앱에서 가능하다. 배달 가능 메뉴는 최근 출시된 딜리버리 전용 신메뉴 7종 등이다.

딜리버리 전용 메뉴로는 ▲치킨시저샐러드 ▲매드포갈릭 콕샐러드 ▲오리엔탈 치킨 누들 샐러드 ▲바질 펜네 보코치니 샐러드 ▲볼로네제 파스타 치즈 그라탕 ▲모짜렐라 치킨 라이스 그라탕 ▲큐브스테이크 위드 스파이스 라이스 등이 있다.

한편 바로고는 최근 이마트24, CU, GS25, CJ올리브영 등 신규 B2B 브랜



바로고는 4일 매드포갈릭과 배달 대행 계약을 체결하고, 딜리버리 서비스를 제공 중이라고 밝혔다.

/바로고

드 계약을 활발히 체결하고 있으며, 맥도날드, KFC, SPC 등 대형 프랜차이즈를 포함한 6만여 상점에 배달 서비스를 제공하고 있다. /구서윤 기자 yuni2514@